

EL PATRIMONIO MUNDIAL A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES DEL II CONGRESO INTERNACIONAL DE BUENAS PRÁCTICAS EN PATRIMONIO MUNDIAL: PERSONAS Y COMUNIDADES

World Heritage Through The Social Network Of The II International Conference Of Best Practices In World Heritage: People And Communities

Autores: EQUIPO REDES SOCIALES (1), Jaime Almansa, Nekbet Corpas, Sonia Germán, Naomi Alonso, Javier Aragonese, Laura Bazaco, Ismael Fernández, Elena Galán, Raquel García, Ana González, Ana Harto, Claudia Navarrete, Guillermo Palomero, Beatriz Pascual, Daniel Sánchez, Morgana Santa Cruz, Mar Vergara

(1) Universidad Complutense de Madrid, buenaspracticasp@gmail.com

RESUMEN

Uno de los objetivos de cara a la organización de este congreso fue el desarrollo de una estrategia de comunicación a través de las redes sociales que permitiera la interacción de un público mayor aún del que se pudiera reunir en Menorca, además, haciéndolo a lo largo de todo el proceso de organización y celebración del mismo.

Para ello, se habilitaron cuatro plataformas principales de comunicación como complemento a la página web; Facebook, Twitter, YouTube y Blogger. Mientras Facebook y Twitter servirían para compartir contenidos comunes de información sobre el desarrollo del congreso, la función del equipo era la de generar contenido propio, de tal manera que la atención sobre el congreso fuera creciendo paulatinamente y, además, se pudiera fidelizar una audiencia de cara al mismo. Para ello, se utilizaron Blogger y YouTube, donde además de columnas de opinión y entrevistas con algunos de los protagonistas del congreso, se compartieron videos desde diferentes rincones del mundo animando a participar en el congreso y reflexionando sobre sus temas.

Por otro lado, un bloque fundamental ha sido la colección de noticias sobre Patrimonio Mundial en periódicos de todo el mundo. Dado el esfuerzo que representaba esta compilación, se decidió utilizar estos recursos como herramienta para investigar las tendencias de información sobre Patrimonio Mundial en estos medios desde una perspectiva transnacional.

Tras dos meses de trabajo, se están superando los objetivos originales y esperamos poder presentar una experiencia más de interacción desde el Patrimonio Mundial, además de los resultados del análisis de prensa.

El poster consistirá en un grupo de trabajos específicos, donde se analizarán los diferentes aspectos que han rodeado a este proyecto, por un lado con respecto a la

interacción desde las redes y, por el otro, desde la prensa internacional.

Palabras Clave: Redes Sociales, Noticias, Patrimonio Mundial, Interacción, Comunicación

ABSTRACT

One of the main aims in the organization of the conference was the development of a communication strategy through social media, which could allow us to interact with an audience larger than just the assistants to the conference, also doing it along the time since the beginning of the call for papers to the end of the conference itself and beyond.

In order to do that, we started four platforms: Facebook, Twitter, Blogger and YouTube. While Facebook and Twitter worked mainly as tools to share content, the task of the team was to create original content to be added to the common information of the conference, in order to build loyalty in our audience. Blogger and YouTube were the tools for that. Besides opinion pieces and interviews, we uploaded videos of people from all around the world encouraging people to come to the conference and reflecting on its themes.

A fundamental task of the team has been to collect and share news from newspapers from different countries, writing about World heritage. Due to the effort of this duty, we decided to use these resources to research on the information trends about World Heritage from a transnational perspective.

After two months of work, we are getting over every goal set, and we hope to present one more of the experiences of interaction and engagement from World Heritage.

The poster will consist on a cluster of specific works where we will show different aspects about the project, on the one side about engagement in our social networks, and on the other side about the results of our press analysis.

Keywords: Social Networks, News, World Heritage, Engagement, Communication

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los objetivos de cara a la organización del II Congreso Internacional de Buenas Prácticas en Patrimonio Mundial: Personas y Comunidades, fue la interacción online a través de redes sociales (Castillo 2015). Para ello, la dirección del Congreso, Alicia Castillo y Ángeles Querol, introdujeron en el equipo organizador a J. Almansa, que contaría con la ayuda de dieciséis estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid —el equipo firmante— para sacar adelante contenidos que fueran preparando la participación en el congreso.

Las semanas previas parecían claras, teniendo en cuenta la información a compartir y la preparación de las actividades del congreso, pero se trataba de dotar de contenidos a otros siete meses en los que la gente se animara a participar

digital y —después— presencialmente en un congreso que también ha buscado trascender el impacto académico.

Para ello, se crearon cuatro plataformas de comunicación, paralelas y en coordinación con la web oficial del congreso, en las principales redes sociales del momento; Facebook, Twitter, Blogger y YouTube. Cada una de ellas con sus objetivos. Las características especiales de Twitter hicieron que una de las fuentes de contenido que se hayan trabajado durante estos meses —la principal, de hecho— haya sido la prensa. Tras una selección de más de ciento cincuenta periódicos de todo el mundo, se han compartido noticias sobre Patrimonio Mundial con carácter diario a una media de 15 por día, además de contenidos y actualizaciones sobre el congreso, como las propias actas de la primera edición (Castillo 2012) y pronto estas mismas.

Este trabajo hará un análisis preliminar tanto del uso y gestión de las redes sociales, como de las tendencias en las noticias sobre Patrimonio Mundial que se han recopilado durante estos meses.

2. LAS REDES SOCIALES DEL CONGRESO

Las primeras proyecciones que se plantearon a la hora de iniciar el proyecto fueron superadas en noviembre tras dos meses de actividad. A día de hoy, contamos con las redes más seguidas para un congreso de arqueología/patrimonio a nivel mundial, por encima de iniciativas plenamente asentadas como el WAC o el TAG, otras muy activas como el sOpA y algunas curiosamente infra-explotadas como el CAA o el Digital Heritage —teóricamente más orientados al mundo digital.

En este texto, dejaremos fuera YouTube, ya que se trata más de una plataforma de apoyo que aún no estamos utilizando de forma asidua y, por tanto, los datos son pobres. Otras limitaciones, como la profundidad de los datos a estudiar, hacen que el análisis más exhaustivo venga de Facebook, que si ofrece unos datos detallados de uso e interacción, mientras que Twitter requiere el pago y Blogger cuenta con unas estadísticas muy limitadas. Igualmente, el análisis de las etiquetas del congreso; #BuenasPrácticasPM y #BestPracticesWH, queda fuera, debido a que su utilidad y uso será marcada especialmente durante la celebración del mismo.

A día de hoy, las humanidades digitales son un tema de gran impacto por las oportunidades que representan de cara a la interacción con los usuarios de servicios culturales y patrimoniales. Ya no es necesario ‘estar’ para poder participar. En el caso del patrimonio y la arqueología, es también un hecho (Schick y Damkjaer 2010, Bonacchi 2012, Walker 2014). Con nuestras redes, intentaremos ofrecer esa sensación a todo aquel que quiera participar, pero conseguir audiencia e interactuar con esa audiencia no es una tarea sencilla.

2.1 Facebook

Facebook es una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad. Su versatilidad, al ofrecer múltiples opciones de publicación y, sobre todo, unas estadísticas de uso muy bien definidas, ha hecho que sea la red más explotada a nivel estadístico de cara a este proyecto.

Crear una comunidad digital en patrimonio no es tarea fácil, sobre todo cuando se surge casi de cero. Ejemplos como el del Conjunto Arqueológico de Carmona (Rodríguez Temiño y González Acuña 2014) ponen en cuestión la capacidad de interacción de determinadas campañas comúnmente vendidas por los gurús de las redes sociales. Lo que parece claro es que no hay soluciones universales a la subjetividad del usuario medio, como pone de manifiesto la correlación entre algunas variables de nuestras redes; por ejemplo, cuando cabría suponer que a mayor número de usuarios online existe un mayor alcance de las publicaciones, nuestros datos no apuntan ninguna relación (-0,041). Sólo un 50% de las impresiones de página se contabilizan como alcance —el usuario lo ha ‘visto’— y de ellos menos de un 5% interactúa, si bien en este caso si existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables analizadas, por lo que la tendencia parece homogénea.

Uno de los aspectos más interesantes que ofrece Facebook, es el perfil de usuarios de nuestra página. Al contrario del conjunto de Facebook, el principal núcleo de usuarios son mujeres entre 25 y 44 años (37%), principalmente de España (40%). Esto contrasta curiosamente con el cruce de datos en Blogger, que plantea un importante número de usuarios de los Estados Unidos de América, mientras que es un núcleo sub-representado en nuestra red. Al analizar los datos de interacción, sin embargo, vemos como existen usuarios que no forman parte de nuestra red, pero interactúan con ella desde los perfiles de sus contactos —que sí han gustado nuestra página. En cualquier caso, el crecimiento es constante y los números buenos. Con una media de 6 nuevos ‘me gusta’ diarios y un alcance de casi 600 usuarios —teniendo en cuenta que no publicamos contenidos diarios y que abarca el total del periodo desde el día 1, con un centenar de ‘me gusta’, hasta los más de 1400 de este momento—, podemos estar satisfechos con el alcance de esta red y su continuo crecimiento. Ha sido una plataforma muy buena para la promoción de los contenidos que hemos generado (ver tabla) y complementaria con Twitter, que ha contado con su propio desarrollo.

Tabla 1. Tipos de publicación en Facebook con su alcance medio

Tipo	Alcance total	Alcance a 'likes'	Interacción	Clicks
Enlace (n=70, 61,4%)	936,11	253,34	46,97	46,14
Fotografía (n=39, 34,2%)	627,97	263,69	52,05	94,51
Estatus (n=5, 4,4%)	276,60	214,60	12,40	7,60
Total	801,77	255,18	47,19	61

Alcance total: número total de usuarios de Facebook que han 'visto' la publicación.

Alcance a 'likes': número total de usuarios a los que le gusta la página que han 'visto' la publicación.

Interacción: número de usuarios que han gustado, compartido o comentado la publicación.

Clicks: número de usuarios que han pinchado específicamente en la publicación.

*Todo son medias.

2.2 Twitter

Twitter, como otras redes sociales, proporciona una forma dinámica de explorar, apreciar y experimentar las relaciones con el pasado. Frente al uso pasivo de las páginas web a finales de los 90, la web 2.0 ha permitido una interacción sin precedente. No es únicamente un medio de transmisión de información, sino también de creación de ésta por medio del debate. En lugar de quedarse al margen, la Arqueología trata de hacerse un hueco dentro de este sistema de micro-blogs limitado a 140 caracteres ('tweets') que se comparten a nivel mundial —incluyendo imágenes y vídeos (Laracunte 2012: 88). Los usuarios que participan de esas píldoras de información son 'seguidores', y pueden hacerlo a través de la sencilla acción de retuitear —para que sus propios seguidores lo vean—, marcar como favorito (fav) o por medio de un comentario.

Las gráficas expuestas sobre el Twitter del Congreso se extienden desde el 5 de octubre de 2014 hasta el 10 de marzo de 2015. Desde sus comienzos, encontramos la participación de algunos grupos locales (como Taxi Menorca o Voleibol Ciutadella) pero hay un predominio de retuits por parte de las personas que hemos participado o bien en las redes, o bien en el propio Congreso. Sin embargo, desde el mes de febrero la participación de personas ajenas a la organización del congreso ha crecido notablemente. De hecho, aunque de forma muy reducida, hay algunos seguidores que son extranjeros y de lugares tan lejanos como Japón. Igualmente, se puede observar que es frecuente la participación de organismos patrimoniales a nivel nacional.

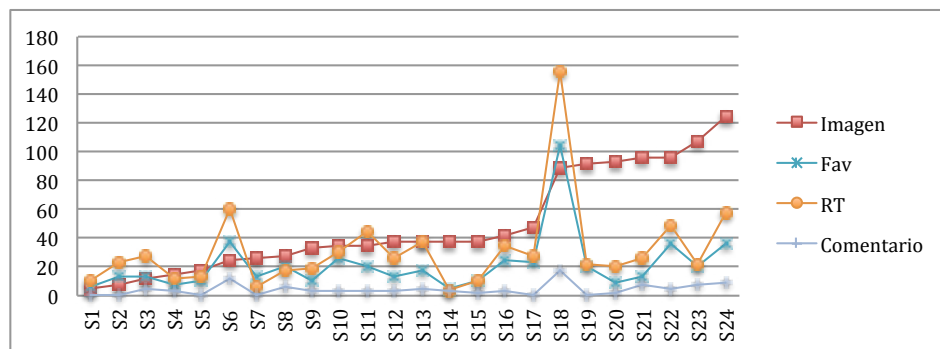


Figura 1. Interacción semanal en Twitter

Como se puede apreciar por la gráfica, el número de seguidores comenzó ligeramente por encima de los 100 y ha ido experimentando un crecimiento constante hasta situarse por encima de los 400 en el momento de escribir estas líneas —388 en la última toma de datos de la gráfica.

En relación a los retuits y los favoritos, sus números son humildes. A lo largo del periodo analizado, oscilan hasta alcanzar 60 retuits. Sin embargo, en la semana que comenzamos las acciones participativas (S18), este número crece hasta casi alcanzar los 160 retuits y los 100 favoritos. Las imágenes también experimentan un súbito crecimiento acorde con toda la interacción que está teniendo lugar, y desde ese momento han ido creciendo, posiblemente debido también a los selfies de Patrimonio Mundial —la campaña #WHSelfie por la que gente de todo el mundo está compartiendo fotografías en sitios PM.

Pese a que Twitter ha permitido ampliar los límites de la participación en el mundo de la Arqueología a personas que no son profesionales en la materia, aún existen unas limitaciones de tipo básico en su utilización. Evidentemente, se requiere el equipamiento adecuado y conexión a Internet, pero también las habilidades para manejarlo y la confianza individual para utilizar todo ello. De hecho, pese a que se posean todos estos requisitos, parece que hay una tendencia entre los usuarios a consumir información más que a producirla activamente. Pese a esto, y dado el enorme potencial que tiene Twitter para la Arqueología, esta última necesita participar de ello para sobrevivir (Richardson 2013: 7-10).

2.3 Blogger

Los blogs son páginas web interactivas, regularmente actualizadas y compuestas de entradas y páginas publicadas en la red (Armstrong 2014: 13). El nuestro (<http://congresobuenaspracticasspm.blogspot.com.es/>), vio la luz el 1 de septiembre del año pasado y, desde entonces hasta el momento de escribir este resumen, contamos con 59 entradas visitadas 7534 veces. Estas entradas,

publicadas tanto en inglés como en español, han incluido una presentación de los temas sobre los que trata el Congreso, así como una entrevista mensual con los conferenciantes clave de cada uno de ellos y algunas entradas con reflexiones individuales. Igualmente, se han hecho resúmenes semanales de las noticias de PM que nuestro grupo ha ido identificando de los principales periódicos del mundo.

La más y menos visitada de estas entradas es la entrevista con el profesor Jordi Tresserras, en su versión española —con 483 visitas— y la inglesa —con 112—, respectivamente. Otra entrevista, en este caso la de la profesora Smith, es la segunda entrada más leída —con 389. Como única entrada diferente dentro del top 5 está la que hizo un miembro de nuestro equipo J. Almansa sobre la razón de ser del PM. Igualmente, es interesante señalar que prácticamente la mitad de las visitas proceden de España, pero un porcentaje nada desdeñable (33%) lo ha visitado de EEUU. No hay representación de ningún país desde África ni del continente asiático, mientras que Sudamérica sí está bien representada.

Una inmensa parte del tráfico procede de la página de Facebook del Congreso, ya que es donde se comparten principalmente los enlaces. Tras ésta, el Campus virtual de la Escuela de Turismo de la Universidad de La Laguna (Islas Canarias) es la segunda fuente de visitantes. ¿Es posible que sea por un interés de los estudiantes de turismo por alguna de las entrevistas del blog —tal vez, la de Tresserras? La siguiente es la página de Asia-Europe Museum Network, una página web fundada en el año 2000 que busca fomentar la comprensión mutua entre las personas de Asia y Europa a través de actividades colaborativas basadas en los museos. Esto contrasta con los lugares de procedencia de los visitantes al blog, ninguno de ellos asiático. Por último, una asociación vecinal del barrio del Bajo Albayzín (Granada) ha incluido una frase de la entrevista a Jordi Tresserras en su página web. En esa frase se indica que la participación de las personas que conviven con el patrimonio es fundamental. Es muy posible que la cercanía de esta comunidad a un lugar enormemente visitado anualmente lleve a remarcar este aspecto. Desde esta fuente procede una decena de nuestros visitantes.

Es importante el uso de las redes sociales, ya que cuantas más personas dedicadas a la gestión del Patrimonio Cultural comiencen a utilizar los blogs más exacta será la visión que se esté ofreciendo de la Arqueología —alejada de la mera excavación arqueológica o la búsqueda de tesoros (Armstrong 2014). Con nuestro blog queremos contribuir a ello.

3. RECOPILANDO NOTICIAS SOBRE PATRIMONIO MUNDIAL

Uno de los principales medios de difusión pública es la prensa (Ramos y Duganne 2000, Almansa 2006). En este sentido, la imagen que se forma de conceptos como el de Patrimonio Mundial en la sociedad, suele venir determinada por el tipo de artículos. A pesar de ello, la bibliografía al respecto, en lo que se

refiere a arqueología y patrimonio en nuestro país, es limitada (Almansa y del Mazo 2012, Viana 2013, Zurinaga 2013, García 2015).

Por ello, como forma de interacción con el creciente público de nuestras redes sociales y aprovechando el nutrido equipo que formamos, decidimos compartir noticias relacionadas con Patrimonio Mundial de todo el mundo. La selección de periódicos españoles es mucho más exhaustiva, ya que se trata de un ámbito en el que nos manejamos con mayor conocimiento. Con otros países, la selección se centró en los periódicos de más prestigio o tirada de cada país. En otros casos, cuando los idiomas escapaban de nuestro conocimiento, hicimos una selección de periódicos en lengua inglesa. Esto hace que los datos de algunos países estén coartados por esta situación, pero lo cierto es que dentro de la selección de periódicos, contamos con 153 cabeceras de todo el mundo.

Tabla 2. Resumen de noticias (por continente más España)

Continente	Nº Países*	Nº Periódicos*	Nº Noticias*	Media (p/p)	Media (n/p)
Europa	22	55	566	2,5	10,3
África	10	12	45	1,2	3,8
Asia-Oceanía	16	26	215	1,6	8,3
America	14	43	591	3	13,7
España	1	20	1319	20	65,9(41,7**)
Total	63	156	2736	2,5	17,5

p/p: periódicos por país.

n/p: noticias por periódico.

*Sólo se recogen aquellos en los que hay noticias.

**Media retirando *La Vanguardia*, que cuenta con 527 noticias por si solo.

Durante el periodo de recopilación de noticias comprendido entre el 1 de octubre del 2014 y el 10 de marzo de 2015, nos encontramos con resultados semejantes con respecto al tipo de noticia que tenemos, como por ejemplo, si se trata de una nueva candidatura, declaración, restauración, etc. de bienes incluidos en la lista de Patrimonio Mundial pero, por otro lado, diferentes en cuanto al sitio al que se hace referencia. De esta manera hemos podido conocer nuevas intervenciones llevadas a cabo en distintos lugares de todo el mundo.

España es uno de los países cuyos periódicos publican más noticias sobre Patrimonio Mundial. Una muestra de este despliegue, en cuanto a noticias, es el periódico de *La Vanguardia*, con una media de más de 40 artículos sobre este tema a la semana. Publica cualquier tipo de noticia relacionada con el Patrimonio Mundial de España y en menor medida del resto del mundo. Se hace eco tanto del

Patrimonio Cultural (siendo más numerosas las noticias del material y en menor medida del inmaterial, aunque hay que destacar que éste último está en potente auge) como del Natural.

En cuanto a los demás periódicos españoles vemos, al igual que ocurre en La Vanguardia, que la práctica totalidad de las noticias relacionadas con el Patrimonio Mundial están enfocadas en España. En cuanto a los lugares o bienes Patrimonio Mundial tratados por el resto de periódicos, destacan por su mayor número de noticias, las Ciudades Patrimonio Mundial.

Con el resto de países europeos, tales como Portugal, Francia, Bélgica, Italia, Suiza, Alemania, Austria, República Checa, Eslovaquia, Hungría, Serbia, Bosnia, Croacia, Bulgaria, Reino Unido e Irlanda, principalmente, nos encontramos con que las noticias recopiladas en periódicos de estos países son igualmente de sus propios lugares, con un porcentaje muy bajo de noticias internacionales. En cuanto a los temas tratados, destaca fundamentalmente el turismo, aunque también son destacables las candidaturas, declaraciones y la gestión/conservación del propio patrimonio.

Cambiamos de continente y nos vamos hacia América del Sur, entorno geográfico caracterizado por poseer una gran variedad de patrimonio tanto material como inmaterial. Las noticias en estos países son, en su mayoría, del propio territorio aunque con algunas publicaciones sobre sitios PM europeos. Entre los países con más difusión de su patrimonio tenemos, por orden de mayor a menor, a Paraguay, Argentina, Perú, Bolivia y Colombia. Pero es importante destacar que la problemática de las Líneas de Nazca ocurrida el pasado mes de diciembre de 2014, supuso un *boom* en la publicación de noticias de este país, siendo uno de los países con más publicaciones de este continente y al mismo tiempo, uno de los que más mención tiene por parte de otras zonas, como es el caso de Europa.

Por otro lado, es recalable que en América Latina se está llevando a cabo una campaña global en la que se busca declarar cuantos más bienes PM mejor, posiblemente con el objetivo final de aumentar el turismo y la riqueza de los países en cuestión. Además, se muestra una búsqueda del alzamiento de la propia identidad como símbolo de distinción de su cultura indígena, antes de la época colonial, como puede verse en la gran atención dedicada a lugares como Machu Picchu y las propias Líneas de Nazca. Entre los temas más tratados en este continente nos encontramos con que son fundamentalmente sobre eventos, turismo y conservación.

En el continente africano hemos podido distinguir una gran escasez de publicaciones sobre PM. Todos los periódicos tienen un apartado dedicado a cultura, pero sólo muestran interés sobre aquellos bienes Patrimonio Mundial que sean más conocidos, como por ejemplo, la Gran Barrera de Coral. Sin embargo, en

raras ocasiones suelen hacer promoción o un seguimiento de sus propios bienes, salvo cuando ocurre algo de importancia crucial (candidatura, destrucción), o la política que se centra en ellos.

Por último, en Asia podríamos decir que tenemos un antes y un después con respecto a los ataques del Estado Islámico (EI), aumentando la cantidad de noticias a raíz de estos sucesos. Destacan principalmente Israel, Vietnam y Camboya. Muchas de estas noticias demuestran su preocupación por el interés que puedan causar en el exterior, siendo uno de los principales objetivos aumentar los bienes inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial como símbolo de exaltación política y atracción turística. Por lo tanto, los temas fundamentales en estos lugares son, por un lado, el turismo y por otro, a raíz de los altercados del EI, la destrucción del patrimonio.

Ahora pasaremos a hacer un análisis un poco más específico por zonas.

3.1 América

De norte a sur, en Estados Unidos y Canadá, se seleccionaron periódicos anglosajones y latinos, para ver una posible relación en los temas. Curiosamente, las noticias sobre Patrimonio Mundial en periódicos latinos fueron casi inexistentes. Además de los problemas de la búsqueda de noticias en sus webs, casi todos los temas tenían que ver con cuestiones sociales locales. En el caso de los anglosajones, existe una mayor repercusión del PM en los contenidos, principalmente relacionados con el turismo hasta la irrupción del EI en Siria e Iraq.

En el caso de México, la presencia de noticias es mucho mayor, aunque desigual entre cabeceras. La mayor parte de los bienes a los que hacen referencia son locales, si bien el expolio de las Líneas de Nazca en Perú y de los bienes iraquíes, se llevó una dosis de protagonismo. Teniendo en cuenta que México es el sexto país en bienes declarados, el interés de la prensa parece bajo, aún siendo muchos de estos sitios referencias económicas e identitarias del país.

La historia se repite con otros países del centro y sur de América. Cuando existen noticias, suelen referirse al propio país, o a problemas como el generado en Nazca. Dentro de la campaña de valorización del patrimonio como recurso, muchas de las noticias van también orientadas en esta línea como información para el turismo.

Es curioso que en países como Cuba o Ecuador, la preocupación por el PM dentro de los periódicos sea escasa, encontrándonos secciones de cultura repletas de eventos artísticos y sin dar importancia al patrimonio, ya no solo mundial sino en su globalidad. Por lo general se suele prestar más atención a eventos y festividades, aunque teniendo en cuenta que muchos de ellos son PM en América, esto da cierta visibilidad a los bienes.

Brasil destacó por número de noticias tras la declaración de la Capoeira como PM inmaterial y, dentro de América del Sur, fue seguramente el que más eco se hizo de la destrucción del patrimonio por parte del EI.

En el cono Sur, es curiosa la prominencia de Paraguay sobre Chile o Argentina en cantidad de noticias sobre PM. Como pasa en otros países, el turismo suele ser uno de los principales temas tratados.

3.2 Asia y Oceanía

Oriente Medio es una zona especial. Se puede apreciar un sesgo en cuanto a las zonas abarcadas, en general, países asiáticos, o bien la religión mayoritaria, esto es, países africanos con tradiciones religiosas musulmanas. Resulta especialmente interesante el conjunto de noticias referidas a la antigua ciudad de Jerusalén. Cuando este bien PM es tratado por los periódicos de los EAU (*Gulf News*, *Aljazeera* y *Alarabiya*), lo hace desde la perspectiva de su conflictivo estatus de propiedad. Se defiende que es territorio palestino.

Recientemente, el tema más repetido es el de la destrucción de Patrimonio Mundial por parte de EI en Iraq y en Siria. Además, se documenta un aumento muy marcado en el número de noticias de PM.

El tema del turismo es también repetitivo. En estos casos, la etiqueta de Patrimonio Mundial se utiliza en genérico entre otros elementos para atraer al visitante y turista. No se define, por tanto, un único bien concreto, sino que se habla del número de bienes PM en el país o aquellos que han estado en la Lista Indicativa.

Por otro lado, los periódicos de los países del Sudeste Asiático rara vez publican noticias sobre Patrimonio Mundial, ni de los sitios dentro de sus fronteras ni de los extranjeros. No obstante, es muy notable el cambio producido en las noticias desde los ataques por parte del Estado Islámico al patrimonio iraquí.

Es también importante destacar cómo durante los meses de febrero y marzo ha habido un aumento notabilísimo en el número y la calidad de las noticias sobre Patrimonio Mundial en el periódico malasio *The Star*.

Por lo general, la presencia de noticias en los periódicos analizados está completamente condicionada por su situación política (gobierno) o el interés que despierta, especialmente turístico, en el exterior. El elemento común que tienen casi todos es el deseo por aumentar los bienes inscritos como Patrimonio Mundial, apreciando que en los países con régimen más estrictos lo que buscan es una exaltación política a través del fomento de la inscripción en la lista indicativa de Bienes Inmateriales.

Las noticias sobre Patrimonio Mundial en Taiwán son difíciles de encontrar debido a su situación de dependencia de la República Popular de China. El periódico tratado es el *Taipei Times*, ciudad gobernada con independencia de

Taiwán por lo que las noticias que se encuentran son de Patrimonio internacional y nunca refiriéndose a la propia China. Esto es así porque Taipei rechaza la soberanía China haciendo caso omiso de lo que tenga que ver con ese país.

El país que más destaca con noticias de Patrimonio a lo largo de todo el periodo analizado ha sido Vietnam, seguido de Indonesia y Camboya. Cuánto más turísticos son los países, más noticias publican. En su mayor parte dirigidas a los propios turistas. En el caso de Tailandia se ha observado una evolución a más, coincidiendo con la renovación de diario online.

Vanuatu y Tonga no tienen presencia de estas noticias. La concienciación con el Patrimonio Cultural todavía está verde. En el caso de Tonga, que tiene solamente un Bien Inmaterial declarado podemos pensar que la razón de la escasez de noticias se deba a que es desde hace poco tiempo —2007— cuando han empezado a revalorizar su patrimonio y tener el interés por entrar en la lista indicativa.

El caso de Nueva Caledonia es especial, porque sigue siendo un territorio dependiente de Francia por lo que sus dos bienes declarados se asocian a este país y por lo consultado no le dedican especial interés en la prensa de Nueva Caledonia, en francés. Su carácter dependiente anula en parte su toma de decisiones respecto a su patrimonio y los deja un poco en la sombra.

Desafortunadamente, la persona que se encargaba de Asia oriental, Australia y Nueva Zelanda, dejó el proyecto y no hemos podido completar esa área tan importante.

3.3 África

Al buscar noticias sobre bienes de Patrimonio Mundial o artículos relacionados con estos en contexto africano, se da una constante escasez. Todos los periódicos tienen un apartado relacionado con la cultura, no obstante, es en su mayoría un batiburrillo de conciertos, exposiciones, lugares turísticos y gestión política.

Varios de los periódicos se hacen eco de las noticias de mayor relevancia, como la destrucción de la Ciudad de Hatra o el acto de Greenpeace en las líneas de Nazca; o muestran interés sobre aquellos bienes Patrimonio Mundial que sean más conocidos, como la Gran Barrera de Coral. Sin embargo, en raras ocasiones suelen hacer promoción o un seguimiento de sus propios bienes. Sólo cuando ocurre algo de importancia crucial (candidatura, destrucción), o la política se centra en estos.

También hay periódicos que, aunque dedican un espacio a hablar de cultura, no han hecho artículo alguno sobre un bien de Patrimonio Mundial. Por ejemplo, el periódico del Congo *Les Dépêches de Brazzaville* ha mencionado en ocasiones a la UNESCO pero relacionado con premios, eventos o congresos, no sobre un bien.

Otro problema, aparte de la carencia de noticias, han sido los buscadores. Sólo algunos periódicos permiten realizar una búsqueda avanzada con fechas,

palabras clave y secciones en las que se quiera buscar, como el *Cameroon Tribune* de Camerún, lo que dificulta la localización de noticias cuando el seguimiento no es diario. A pesar de todo, ha habido un goteo casi constante de noticias entre los países analizados.

Al igual que ha pasado en Asia-Oceanía, África está representada principalmente por el África subsahariana, y el norte de África no ha quedado representado en esta recopilación. Una pena en casos como Egipto y Marruecos, que podrían haber resultado interesantes para el estudio.

3.4 Europa

En el caso de Europa el seguimiento ha sido más exhaustivo.

En los países del arco nórdico no abundan las publicaciones en inglés. Además, los pocos periódicos que sí publican en este idioma tienen mayoritariamente un corte político-económico, por lo que apenas rozan los temas de patrimonio cultural y mundial.

El ejemplo más llamativo lo vemos en la total ausencia del menor comentario al respecto de las líneas de Nazca y Greenpeace, o de la destrucción que está causando el Estado Islámico en Iraq y Siria. Lo único que vemos en los periódicos a los que tenemos acceso es el más absoluto silencio.

Seguramente la causa esté precisamente en el idioma. Convendría revisar los periódicos generalistas en lenguas locales para ver si efectivamente el silencio que se observa en los periódicos en inglés, se repite en ellos.

La situación en el centro y el este de Europa es similar. La cantidad de noticias recopiladas es muy pequeña y suele estar en relación con la gestión de los bienes propios, tal vez a causa de la situación económica que viven muchos de estos países.

En el caso de los periódicos alemanes, cuya sección de Cultura a menudo esgrime el Patrimonio Mundial como uno de sus temas más recurrentes, ya sea mezclado con el atractivo turístico en crónicas de viajes, como elemento propagandístico a la hora de vender la gestión de turno, o como elemento a tratar en sí mismo, tocando diversos puntos de la geografía mundial. Destaca el tratamiento preferente que da al patrimonio alemán y austriaco (significativamente mayor que los periódicos de Austria) como oferta de ocio —y enriquecimiento— cultural. El caso de los atentados del EI contra el patrimonio sí aparece bien recogido también en ambos países.

Si pasamos a las Islas Británicas, en Reino Unido los periódicos que más noticias acerca de Patrimonio Mundial han publicado, han sido los de tirada nacional, destacando entre todos ellos el *Daily Mail*, que tiene una sección dedicada a ciencia en la que aparecen bastantes noticias acerca de patrimonio en general. Así, es el periódico con más variedad temática por lo que, pese a que muchas de las referencias a Patrimonio Mundial se deben a que éste aparece

retratado en diversas galerías fotográficas o mencionado en noticias de turismo, también hay numerosas noticias acerca de gestión y algunas sobre investigación y conservación. Le sigue de cerca el *Telegraph*, aunque el 92% de sus referencias al Patrimonio Mundial se deben a que éste aparece mencionado en las noticias de la sección de turismo o en fotos sueltas de galerías fotográficas de temas variados. Algo similar sucede con *The Independent* y *The Guardian*. Por su parte, *The Times* sólo tiene una publicación sobre Patrimonio Mundial, que trata sobre turismo (Reseña 10 lugares emblemáticos de Cuba que visitar porque podrían cambiar tras la decisión americana de terminar con el bloqueo).

Por su parte, dentro de los periódicos regionales, que apenas publican o directamente no publican nada (no tratan nada referente a patrimonio casi nunca y, menos, a Patrimonio Mundial), destaca el caso de *The Scotsman*, periódico escocés que se sitúa el tercero de la lista con más publicaciones sobre Patrimonio Mundial en las islas. Este periódico tiene una sección entera dedicada a patrimonio, escocés y, en consecuencia, hay muchas publicaciones acerca de la ciudad de Edimburgo, declarada Patrimonio Mundial. Así, la mayoría de las noticias sobre Patrimonio Mundial de este periódico tratan sobre esta ciudad y su historia.

En Irlanda, *The Irish Times*, tiene una sección dedicada a patrimonio, aunque el Patrimonio Mundial es mencionado principalmente en noticias relativas al turismo.

En relación tanto a Reino Unido como a Irlanda, es destacable que escasas noticias hablan de un lugar Patrimonio Mundial por el hecho de que lo sea. Cuando aparecen es de rebote en galerías fotográficas, noticias sobre otros temas, etc., siendo las que más se aproximan las referentes a patrimonio y ciencia, que tratan a estos lugares como patrimonio, aunque no suelen mencionar que son Patrimonio Mundial. De hecho, donde más se menciona esta categoría es en las guías de viaje, como otro pretexto más para atraer el turismo.

Francia y Bélgica son dos países muy activos con respecto a las noticias de Patrimonio Mundial. Todas las semanas podemos encontrar muchas noticias al respecto, lo cual da muestra de su interés en la difusión del mismo. Hasta hace muy poco, rara vez podíamos encontrar noticias en periódicos franceses y belgas que trataran noticias relacionadas con Sitios Patrimonio Mundial que estuvieran fuera de sus fronteras. Los temas habituales que tratan los periódicos franceses y belgas tienen que ver con conservación y promoción turística. Sin embargo, a la luz de los ataques al patrimonio iraquí por parte del Estado Islámico es muy frecuente encontrar numerosas noticias analizando minuciosamente lo que allí se está produciendo.

Portugal, se preocupa bastante por los temas relacionados con el Patrimonio Mundial, sobre todo si estos lugares u objetos se encuentran dentro de su propio

territorio. La semana que más noticias hubo, sin ninguna duda, fue en la que el Cante Alentejano fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial. Todos los periódicos recogieron una gran cantidad de noticias haciendo alusión a este hecho.

En relación a los periódicos italianos, el país más tratado es Italia con 80 noticias de las 153 recopiladas. A pesar de que es predominante, hay una mayor proyección internacional que en el caso de otros periódicos. Además, hay un gran número de países mencionados, aunque en muchas ocasiones son noticias de viajes y turismo en donde se ofrece la posibilidad de visitar un lugar Patrimonio Mundial. Por otro lado, el segundo país con mayor número de noticias ha sido Iraq, con 19 noticias debido a las actuaciones del EI destruyendo el patrimonio histórico.

Destacan significativamente las carencias en cuanto a noticias de patrimonio mundial que podemos encontrar en países como Grecia, con un volumen ínfimo en relación a la gran cantidad de patrimonio que alberga, y que refleja el interés de la prensa nacional a este mismo respecto. Una situación similar a la de Chipre. En todos los casos, marzo, con los ataques del EI, ha sido el mes con más repercusión mediática.

3.5 España

España es uno de los países donde los periódicos publican más noticias sobre Patrimonio Mundial. Una muestra de este despliegue, en cuanto a noticias, es el periódico *La Vanguardia*, con una media de más de 40 artículos sobre este tema a la semana. Publica cualquier tipo de noticia relacionada con el Patrimonio Mundial de España y en menor medida del resto del Mundo. Se hace eco tanto del Patrimonio Cultural y Natural como del Inmaterial, algo más desconocido, pero que está en potente auge. La razón, es la recopilación de noticias de agencia, que publica de forma sistemática. En cualquier caso, siendo un periódico regional, resulta interesante su foco global en los contenidos. Los periódicos de tirada nacional mantienen una tendencia estable en la publicación de noticias, que suelen estar relacionadas con las declaraciones, o las conmemoraciones (este año hay varios aniversarios), pero también con el turismo y los conflictos; internacionales como el de Iraq, pero también nacionales como el de la Mezquita-Catedral de Córdoba, que se ha llevado un gran número de noticias, al combinar el aniversario de la declaración de Córdoba con el conflicto político y civil-religioso que se ha venido desarrollando estos meses.

Los periódicos regionales publican también gran cantidad de noticias, normalmente enfocadas a los bienes de la región en la que se encuentran. En el marco del congreso, hemos hecho un seguimiento especial del proceso de nominación de Menorca Talayótica, que ha contado con un gran número de noticias hasta ser elegida como candidata española para 2016.

4. CONCLUSIONES

En cuanto a las redes sociales, podemos estar satisfechos del resultado que se está obteniendo y esperamos que durante el congreso se pueda mejorar la interacción, ofreciendo una experiencia inolvidable tanto para los asistentes presenciales, como para los virtuales, que trataremos de hacer presentes a lo largo de las sesiones. El análisis de los datos, queda pendiente de una mayor profundización, pero es sin duda interesante de cara a comprender mejor la situación actual del mundo patrimonial con respecto a la interacción digital. Esperamos que esta experiencia pueda ofrecer nuevas impresiones al respecto.

La segunda parte de este proyecto, nos ha llevado a recopilar más de 2700 noticias hasta el momento de escribir este texto, y continuará hasta después del congreso. A pesar de las limitaciones en la recogida de datos para algunos países, los resultados son bastante interesantes y nos acercan un poco más a la percepción social del Patrimonio Mundial. Episodios como el de Nazca o el Estado Islámico son muy interesantes para observar el verdadero concepto que tenemos todavía de la lista de Patrimonio Mundial, aún alejado del camino al que muchos profesionales tratan de dirigirse. El caso del Estado Islámico parece una reformulación de la consigna antiterrorista de los meses anteriores, una suerte de *je s'ius patrimoine mondial*. Pero en el fondo, se observa como el valor del patrimonio sigue estando en el concepto clásico occidental de belleza, unido ahora al contemporáneo liberal de aprovechamiento. Esto nos debería hacer orientar nuestros esfuerzos como profesionales a gestionar el PM para la gente, como esperamos que este congreso ayude a esbozar.

5. AGRADECIMIENTOS

Este trabajo no habría sido posible sin el inagotable apoyo de la organización del Congreso; Universidad Complutense de Madrid y Consell Insular de Menorca.

BIBLIOGRAFÍA

- Almansa, J 2006. 'La imagen popular de la arqueología en Madrid'. *ArqueoWeb* 8(1).
- Almansa, J y del Mazo, B 2012. 'Tesoros, política y otros demonios. La arqueología madrileña en la prensa'. En *Actas de las VI Jornadas de Patrimonio Arqueológico de la Comunidad de Madrid*. Comunidad de Madrid. Madrid, 419-426.
- Armstrong, M 2014. 'Professionals, Not Adventurers: Personal Reflections on the Value, Ethics and Practicalities of CRM Blogging'. en Rocks-Macqueen, D. y Webster C. (eds.): *Blogging Archaeology*. 20-35.
- Austin, M 2014. 'Archaeological Blogging and Engagement'. En Rocks-Macqueen, D. y Webster C. (eds.): *Blogging Archaeology*. 9-19.

- Castillo, A 2012. Actas del I Congreso Internacional de Buenas Prácticas en Patrimonio Mundial: Arqueología. Universidad Complutense de Madrid. Madrid. URL: http://congresarqueologia2012.cime.es/WebEditor/Pagines/file/Libro_Ponencias.pdf
- Castillo, A 2015. 'El patrimonio mundial debe ser un faro que ilumine la gestión de bienes culturales menos conocidos'. *Revista ph* (abril 2015).
- García, JI 2015. 'Apuntes Olvidados y la Arqueología del Humor: Curiosidades de la Ciencia de la Información en la prensa local de Salamanca'. En *Arqueogazte* (Ed.) *Actas de las VII Jornadas de Jóvenes en Investigación Arqueológica*. Vitoria.
- Laracunte, N 2012. 'Public Archeology 2.0: Facilitating Engagement with Twitter'. *AP: Online Journal in Public Archaeology* 2: 81-99.
- Ramos, M y Duganne, D 2000. *Exploring public perceptions and attitudes about archaeology*. Society for American Archaeology.
- Richardson, L 2013 'A Digital Public Archaeology?' *Papers from the Institute of Archaeology*, 23(1): 1-12.
- Rodríguez Temiño, I y González Acuña, D 2014. 'Using Facebook to build a community in the Conjunto Arqueológico de Carmona (Seville, Spain)'. *AP: Online Journal in Public Archaeology* 4, 61-94.
- Schick, L y Damkjaer, K 2010. 'Can you be friends with an art museum? Rethinking the art museum through Facebook'. En *Transforming Culture in Digital Age. International Conference*. Estonian National Museum, 36-42.
- Viana, I 2013. 'Arqueología y Medios de Comunicación'. En Almansa, J. (Ed.) *Arqueología Pública en España*. JAS Arqueología Editorial. Madrid, 95-114.
- Walker, D 2014. 'Decentring the discipline? Archaeology, museums and media'. *AP: Online Journal in Public Archaeology* SV1, 77-102.
- Zurinaga, S 2013. 'Rescue Archaeology and Spanish Journalism. The Abu Simbel Operation'. *AP: Online Journal in Public Archaeology* 3, 46-73.